Balajú

09
Agosto - Diciembre 2018

Revista de cultura y comunicación

Universidad Veracruzana

LA PROTESTA ESTUDIANTIL ARGENTINA A UN SIGLO DEL GRITO DE CÓRDOBA

IMÁGENES DANTESCAS: FOTOPERIODISMO SOBRE FEMINICIDIOS EN VERACRUZ

MUJERES RURALES Y CONSUMO CULTURAL DE TELENOVELAS: REFERENTES IDENTITARIOS DESDE LA INTERACCIÓN

EL CONOCIMIENTO DE LAS PYMES EN XALAPA SOBRE EL *COMMUNITY MANAGER*

alajú. Revista de Cultura y Comunicación de la Universidad Veracruzana**.** Año 5, número 9, Agosto-Diciembre 2018

Balajú. Revista de Cultura y Comunicación está indizada en los siguientes directorios, índices y bases de datos: Actualidad Iberoamericana CREDI-OEI Catálogo de Revistas UV DRJI LATINDEX REDIB ERIHPLUS

Publicación semestral digital con arbitraje estricto realizado por un comité de pares académicos a través de dictámenes doble ciego y con un comité científico internacional; de acceso gratuito, es editada por la Universidad Veracruzana (UV) a través del Centro de Estudios de Cultura y Comunicación, (CECCUV), con dirección postal: calle Juárez 126, Zona Centro, c.p. 91000, Xalapa, Veracruz, México; teléfono +52 (228) 167 06 20, ext. 11802; correo electrónico revistabalaju@uv.mx y página web: http://balaju.uv.mx/index.php/balaju

Balajú. Revista de Cultura y Comunicación de la Universidad Veracruzana es un medio digital de difusión de avances y resultados de investigación de alto nivel en temas de cultura y comunicación. Tiene como objetivo divulgar las discusiones teóricas y metodológicas, análisis de datos y resultados originales de investigación, a fin de contribuir al debate académico sobre cultura y comunicación.

Editora: Elissa Rashkin. Reserva de derechos al Uso Exclusivo No: 04-2015-022711043200, ISSN 2448-4954 ambos expedidos por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor). Responsable de la publicación de este número: Alexia Raquel Ávalos Rivera, del Centro de Estudios de la Cultura y la Comunicación de la Universidad Veracruzana: calle Juárez 126, Zona Centro, c.p. 91000, Xalapa, Veracruz, México; Teléfono +52 (228) 167 06 20, ext. 11801; correo electrónico revistabalaju@uv.mx y página web: http://balaju.uv.mx/index.php/balaju

Las opiniones expresadas por los autores no reflejan la posición del editor de la revista.

UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Dra. Sara Ladrón de Guevara González

Rectora

Dra. María Magdalena Hernández Alarcón

Secretaria Académica

Mtro. Salvador F. Tapia Spinoso

Secretario de Administración y Finanzas

Dr. Octavio A. Ochoa Contreras

Secretario de la Rectoría

Dr. Ángel R. Trigos Landa

Director General de Investigaciones

Dr. Homero Ávila Landa

Coordinador del Centro de Estudios de la Cultura y la Comunicación

Consejo Editorial

Comité científico

Núm. 9 (2018)

Balajú. Revista de Cultura y Comunicación de la Universidad Veracruzana Número Julio-Diciembre 2018

Tabla de contenidos

Presentación

Créditos — PDF
Revista Balajú — 1

Presentación — PDF HTML
Elissa Rashkin — 2

Artículos de investigación: Navegaciones

"Imágenes dantescas". Fotoperiodismo sobre feminicidios en Veracruz — PDF HTML
Estela Casados González — 3-22

Mujeres rurales y consumo cultural de telenovelas: referentes identitarios desde la interacción. Un caso en el sureste poblano — PDF HTML
Miriam Quiroz Ramírez — 23-40

La protesta estudiantil Argentina a un siglo del "Grito de Córdoba": una aproximación a su fenomenología — PDF HTML
Luis Carlos Castro Riaño — 41-72

El conocimiento de las pymes en Xalapa (México). Sobre el community manager — PDF HTML
Gabriela Espino Bautista — 73-96

Materiales para el estudio de la Cultura y la Comunicación: Ariles y más ariles

Subjetividad, cuerpo y mercancía en el capitalismo de ficción — PDF HTML
Edgar Miguel Juárez Salazar — 97-113

Reseñas: Cupido me enseñó a leer en los libros del paisaje

El meme en internet, identidad y usos sociales. Gabriel Pérez Salazar. México: Fontamara/Universidad Autónoma de Coahuila, 2017 — PDF HTML
Georgina Sotelo Ríos — 114-116

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Balajú
Revista de cultura y comunicación Universidad Veracruzana

ISSN2448-4954
No. 9, Año 5
Agosto-Diciembre 2018
https://doi.org/10.25009/blj.v0i9.2559

Mujeres rurales y consumo cultural de telenovelas: referentes identitarios desde la interacción. Un caso en el sureste poblano

Rural women and cultural consumption of telenovelas: identity referents from the interaction. A case in the southeastern of Puebla

Miriam Quiroz Ramírez [1]

RESUMEN: Este artículo aborda las interacciones directas y mediadas entre mujeres rurales a partir del interaccionismo y los estudios culturales, con la finalidad de caracterizarlas desde sus referentes identitarios. Para ello, se retoma el caso de San Bartolo Teontepec, en el sureste del estado de Puebla, México. Se concluye que la identidad de las mujeres, derivada de las interacciones, se constituye y es constituida: las define, pero también es susceptible de variabilidad.

PALABRAS CLAVE: Mujeres rurales, identidad, interacción directa (socialización), interacción indirecta (consumo cultural) y cotidianidad.

ABSTRACT: This article addresses direct and mediated interactions between rural women, utilizing interactionism and cultural studies in order to understand the factors that contribute to the construction of social identities. It examines the case of San Bartolo Teontepec, in the southeast region of the state of Puebla, Mexico, and concludes that the sense of identity derived from these interactions both constitutes and is constituted: it defines them, but is also susceptible to variation

KEYWORDS: Rural women, identity, direct interaction (socialization), indirect interaction (cultural consumption), everyday life.

[1] Maestra en Antropología Social de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México). Sus líneas de investigación versan sobre la nueva ruralidad, tiempo y consumo cultural. Correo electrónico: mrmquiroz8@gmail.com
Fecha de recepción: 04/08/2017. Aceptado: 18/10/2018

Mujeres rurales y consumo cultural de telenovelas: referentes identitarios desde la interacción. Un caso en el sureste poblano[2]

Introducción

En la actualidad, las dinámicas desarrolladas por los sujetos se encuentran en interrelación con diversos aparatos tecnológicos, entre los que destacan medios de comunicación como la televisión (TV) que, al estar inmersa en su cotidianidad, se convierte en un objeto significado socialmente.

Por ello, el objetivo de este trabajo es abordar la identidad de las mujeres rurales desde las interacciones entre sujetos y las mediadas por objetos; las cuales se describen y se conjuntan en formas que aquí se denominan, para el primer caso, interacción directa a través de la socialización de normas y valores y, para el segundo, indirecta al ser prácticas sociales intervenidas por un objeto en un contexto espacio-temporal y consumo cultural.

La temática es de relevancia en los contextos contemporáneos, sean estos globales o locales, donde se observa la tecnologización de las prácticas con la incorporación de diversos aparatos electrónicos; a la vez que, la existencia de "referentes tradicionales", socializados de manera directa y arraigados al constituir parte del modo de vida de los sujetos, particularmente, aquellos en contextos rurales.

El artículo posibilita una visión del medio rural, con base en un estudio de caso, ya no sólo agrícola sino inmerso en procesos modernizantes que reflejan los reacomodos y adaptaciones que ponen en marcha sus actores y que configuran sus espacios. Lo rural ha sido tratado desde lo económico, político y territorial, empero se hace necesario su abordaje desde lo sociocultural, de importancia para entender y analizar lo ocurrido en estos entornos. Se plantea que este acercamiento debe considerar a la identidad de las mujeres desde la socialización y el consumo cultural.

Las mujeres son actores rurales que han sido abordados, mayormente, desde perspectivas monetarias y políticas mediante sus expresiones prácticas (empoderamiento, estrategias de sobrevivencia, proyectos productivos, feminización agrícola, entre otras), no obstante no explican el porqué de éstas, es decir, no abordan la base de la cual derivan y en la que, se ubican nexos culturales como la socialización, consumo e identidad.

La identidad de las mujeres rurales define el papel que juegan como parte de un grupo y donde se hacen necesarias las interacciones con otros, la apuesta es retomar sus lazos en relación con el consumo cultural. El consumo es una herramienta analítica para acercarse a las realidades de las mujeres al permitir analizar al crisol que conforma y pluraliza lo rural, especialmente, a sus actores. El consumo ha sido tratado mayormente para los jóvenes a partir de su vínculo con los contenidos de internet y en los entornos urbanos. No obstante ¿qué pasa en lo rural? Esto abre la veta para el estudio del consumo y socialización de las mujeres rurales, en pro la constitución de su identidad.

El artículo muestra a la identidad de las mujeres como un tipo de identidad social que se precisa en la interacción de iguales y diferentes (cercanos y lejanos). Por ello, se parte de enunciar la mutua definición entre las interacciones directas e

[2] Parte de la información presentada se obtuvo en el marco de la elaboración de tesis de maestría *Ver telenovelas en un contexto rural. Acercamiento etnográfico al consumo cultural y tiempo de las mujeres de San Bartolo Teontepec, Puebla*.

indirectas: no se puede hablar de las interacciones directas como aisladas sino que se ponen en contacto con el consumo cultural. Igualmente, el consumo es apropiado y valorado desde la base de lo socializado para mostrar los posicionamientos y los aspectos que delinean a las mujeres rurales. Por eso, la exposición que se presenta no se limita a la lectura que las mujeres hacen de las telenovelas ya que, parte desde su trasfondo sociocultural en las interacciones directas para desarrollar las indirectas.

Si bien algunas telenovelas han comenzado a incluir temáticas como la homosexualidad y mujeres exitosas, lo cierto es que prima la imagen de la mujer en sus modelos tradicionales. Por eso el consumo, contrariamente a lo que plantean diferentes disciplinas sociales, no lleva a la despersonalización de las relaciones sociales, más bien puede contribuir al reforzamiento de éstas, dado que sus contenidos plantean modelos del "deber ser" similares a los de conjuntos específicos. Sin embargo, también hay cabida para la variabilidad y adaptación ante nuevas circunstancias y la apropiación de referentes, que hacen dinámica a la identidad de las mujeres. Motivo por el cual se exhiben constantes idas y venidas entre ambos tipos de interacciones y su relación con los cambios. Asimismo se aporta la visibilización al tipo de interacción intermedia que expresa lo directo e indirecto conjuntamente.

Dicha propuesta se basa en la postura interaccionista y en los estudios culturales al ser complementarios. Éstos son abordados con el estudio de caso de la comunidad rural de San Bartolo Teontepec, en el sureste del estado de Puebla; a partir del consumo cultural de telenovelas y de las relaciones entre 10 mujeres con una edad que va de los 30 a 70 años, pertenecientes a tres conjuntos familiares extensos que, a pesar de sus diferentes actividades, ven telenovelas de Televisa en horario nocturno.

Los datos que se presentan fueron obtenidos con una metodología cualitativa, consistente en técnicas etnográficas: estancias de campo del 2014 al 2016; entrevistas semiestructuradas para conocer el punto de vista de las féminas (se retoman algunos fragmentos de su testimonio y frases señaladas con comillas) en torno a los contenidos que consumen, el actuar propio y de otras mujeres; y observación participante, que permitió acercarse al día a día de las mujeres y a los momentos de consumo cultural, a fin de mostrar sus relaciones directas e indirectas. Se resalta la situación metodológica de la investigadora al compartir la condición genérica, que proporcionó un acercamiento directo y mayor acceso con los sujetos de estudio, pues en caso contrario y dados los referentes locales de conducta esto no hubiera sido posible. El proceso de análisis consistió en la ordenación e interpretación de la información con base en el objetivo perseguido en este artículo. No se incluyen los nombres de las mujeres en los testimonios dada su petición de confidencialidad.

El trabajo consta de los siguientes apartados: primero se plantean los supuestos teóricos de análisis desde el interaccionismo y los estudios culturales en diálogo con el dato etnográfico, a fin de dar cabida a una propuesta que evidencie los matices que adquiere la identidad de las mujeres rurales; después se hace una identificación etnográfica de Teontepec como contexto cultural en modernización, donde se desarrollan identidades múltiples por la diversidad de sus actores; a continuación se muestra a la identidad a partir de las interacciones directas

(socialización), indirectas (consumo cultural) e híbridas que mezclan a las dos anteriores[3] para la constitución de las mujeres y como todas éstas son atravesadas por el cambio. A manera de conclusión, se explicitan algunas reflexiones sobre el cambio y continuidad en la identidad de las mujeres en entornos rurales.

Interaccionismo y estudios culturales: puntos de partida

Se apuesta a entender la identidad de las mujeres rurales como un tipo de identidad social, es decir: "[…] referida a actores concretos, sólo puede resultar de la interiorización selectiva y contrastiva de un determinado repertorio cultural por parte de los actores sociales individuales y colectivos" (Giménez 2016, 16). Se caracteriza por la particularidad y diferencia a partir de relacionar ciertos elementos culturales (normas, valores y haceres) con las mujeres, que les son trasmitidos en su día a día con base en la interrelación con otras mujeres y con colectivos familiares. A lo que se han sumado los medios tecnológicos y sus contenidos.

Por eso, los puntos teóricos de partida para entender a la identidad de las mujeres rurales son las posiciones: relacional-situacional y los estudios culturales.

La postura relacional-situacional (o interaccionista) bosqueja que "la identidad es siempre una relación con el otro […] la identificación se produce junto con las diferenciaciones" (Cuche 1999, 112). La identidad es una manifestación relacional entre un nosotros-nosotros y nosotros-otros.

La relación nosotros-nosotros se da cara a cara a partir de los procesos de socialización de normas y valores que conducen su hacer, tiempos y espacios; se presentan entre sujetos que comparten una condición, el «ser mujer», imprimiéndoles un "visión" sobre sí mismas y sobre los otros.

Se entiende que: "la socialización se refiere al proceso por medio del cual las personas adquieren los conocimientos, las habilidades y la disposición que las convierten en miembros más o menos hábiles de la sociedad" (Páramo 2004, 103). En este sentido, la socialización y lo que se socializa está determinado por aquello que se considera adecuado para un sujeto y que se ha gestado desde condiciones sociales y culturales que varían de colectividad en colectividad.

Así, la mujer rural se autorreconoce como tal y se adscribe a un grupo social, en un primer momento, a nivel familiar. De ahí que, en la constitución de su identidad, la socialización sea un detonante de autorreconocimiento y de singularidades.

La relación nosotros-otros, refleja las jerarquías y posiciones al interior de los conjuntos sociales (las familias) dadas por el género. Esta interacción se establece contrastantemente entre nosotros-mujeres y otros-hombres por los modos de socialización diferenciados. La identidad se define de la relación con el colectivo y, al interior de éste, entre iguales y diferentes, donde también hay cabida para mostrar a las mujeres en moldes alternativos.

Para los estudios culturales "la identidad tiene que ver con la creación de vínculos entre personas, pero también de poner límites […]" (Sardar y Van Loon 2011, 126), lo cual viene a reforzar lo planteado anteriormente por la postura relacional-situacional, mostrando un punto de encuentro entre ambas.

[3] Se ha organizado en la parte correspondientes a las interacciones indirectas, ya que, la TV funge como mediadora de las relaciones entre mujeres.

Otras vertientes de los estudios culturales complementan esta idea al retomar a los medios de comunicación como la TV y sus contenidos para el abordaje de la auto y heteroconstitución (Portocarrero y Vich 2010, 36), que aquí se proponen en dos niveles: de contenidos y contextual.

El nivel de contenidos se manifiesta en la interacción sujeto-objeto-contenido, es la relación más indirecta: no se da inmediatamente entre las mujeres y los personajes de las telenovelas, la TV se convierte en el intermediario mediante el consumo de contenidos, entendido como:

> […] el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado (García Canclini 1995, 42).

El consumo, para el caso de la identidad, reviste una interacción indirecta que permite explicar su entrecruzamiento con otros compendios de la vida social y brinda una comprensión más amplia sobre los colectivos, pues se vincula con la interacción directa, al valorar el consumo desde ésta.

Los contenidos a consumir por las mujeres reflejan "la recepción de los medios, para pensar a éstos como parte crucial de flujos de sentidos sociales que los trascienden y los incluyen" (Grimson y Caggiano 2010, 27).

Esos "sentidos sociales" (tipos físicos, normas y conductas) expresan lo qué es o debería ser una mujer. Por tanto constituyen modelos, representados por sus personajes, que pueden ser o no los de un grupo social y que se conjugan en historias melodramáticas. De acuerdo con esto, las telenovelas:

> Las entendemos como dispositivos de producción de subjetividades y como agentes centrales en la reproducción social. Es de notar que [el sujeto] se constituye viendo televisión, escuchando música, yendo al cine, decodificando los anuncios de publicidad y leyendo revistas o periódicos […] es ahí donde hoy en día se produce la «educación sentimental» de las subjetividades y donde se moldean los valores y las ideologías sociales (Portocarrero y Vich 2010, 36).

En este sentido, las telenovelas se vinculan con la subjetividad de las mujeres: al estar frente a la pantalla, no sólo reciben los mensajes emitidos por ésta; no se trata de meros actos de recepción sino que, conllevan un reconocimiento del "yo" desde la comparación con las historias, los personajes y sus formas de vida. En consecuencia "en el contexto televisivo, los aficionados modelan su propia identidad a través del proceso hermenéutico al que someten los productos mediáticos, pero también a través de la interacción con otros" (Lacalle y Castro 2018, 3).

Los sujetos expresan valoraciones sobre lo que se ve, basadas en los principios del conjunto de pertenencia y en las condiciones específicas de su contexto. Con ello el colectivo y las situaciones culturales continúan influyendo a las mujeres y relacionándose directamente con lo que comunican sus objetos y consumos, en los tiempos y espacios de los que disponen para ello. En lo precedente se expresa la

influencia mutua entre consumo y socialización: las interacciones directas influyen en la valoración del consumo; así el consumo es una relación indirecta que incide en la constitución del yo mediante la comparación con el hacer de los personajes.

El nivel contextual se determina por la relación sujeto-sujeto en torno a un objeto, que puede ser definida como un híbrido entre la interacción directa e indirecta, es decir, el momento del consumo se constituye por determinadas prácticas ("ver"), en tiempos y espacios, donde la permanencia frente al objeto TV funge como "pretexto" para el desarrollo de interacciones sociales entre mujeres rurales. No se trata de acciones al azar, al ser interiorizadas y significadas por medio de procesos de socialización y diferenciación. Por ello, aluden a la identidad de las mujeres y expresa la relación que ésta tiene con el consumo:

> Thompson irá chamar a atenção para o fato de que se as formas simbólicas pressupõem a existência de signifiados que emergem da interação simbólica entre os agentes, estes signifiados apenas ganham validade quando inseridos em contextos socialmente estruturados. Nesse caso, nem os signifiados produzidos na interação são totalmente autônomos, nem os contextos sociais são completamente normativos em relação à ação (Moebus 2008, 150).

A su vez, los objetos empleados por las mujeres las identifican en la medida en que comunican algo sobre alguien (al otorgarles un significado y apropiación), es decir, pueden constituir indicios de lo que es una mujer de Teontepec, como sería la TV al momento del consumo en determinados espacios. En este tenor, las interacciones desde el contexto se encuentran mediadas por lo socializado, al mismo tiempo que esos contextos no son unívocos sino que hay pie para alternativas de definición de las mujeres a partir del ocio.

Se ha podido observar que la constitución de las mujeres rurales se da a partir de los procesos de interacción. Es conveniente señalar que se dan vistazos de sus variaciones, pues las interacciones directas y "los medios de comunicación son agentes socializadores de procesos de redefinición identitaria. Aquí se muestra cómo cierto contenido de telenovelas es resignificado y valorado, así como su identificación con él" (Doncel y Miranda 2017, 265).

La identidad generada desde las interacciones directas e indirectas puede ser considerada como dinámica: no está dada, se constituye y reconstituye a partir de las relaciones con otros desde la oposición, desobediencia y acciones diferentes, es decir, "se producen identidades diferenciadas y múltiples" (Ibarra 2007, 73-84), presentándose diferentes formas del ser mujeres rurales a pesar de la existencia de un modelo dominante.

La postura relacional y de los estudios culturales pueden conjugarse de la siguiente manera: "En las sociedades contemporáneas, la interacción social no se limita a la comunicación y a la relación cara-a-cara, es decir, una comunicación e interrelación directas. En la actualidad, la interacción social y la comunicación pueden ocurrir mediadas por el uso de la tecnología" (Páramo 2004, 105). Ideas tomadas para el análisis, presentado más adelante.

En resumen, los objetos, como la televisión (TV) y sus contenidos, son un medio para acercarse a la cultura de una sociedad como la rural y permiten la generación de identidades. Lo anterior, puede sintetizarse en la propuesta planteada,

a través de las interacciones entre sujeto-sujeto, sujeto-objeto-sujeto y sujeto-sujeto-objeto.

Tabla 1. Puntos de complementación entre la teoría relacional situacional y los estudios culturales en el análisis de la identidad. En las columnas extremas se aprecian las propuestas de cada postura y en las intermedias su interpretación a datos etnográficos para evidenciar a la identidad y la utilidad que tendrán para el artículo, desarrolla paralelamente a lo teórico.

Puntos de complementación entre la teoría relacional-situacional y los estudios culturales para el análisis de la identidad.			
Relacional-Situacional →	**Referentes etnográficos para evidenciar a la identidad**	**Con la finalidad de mostrar** ←	**Estudios Culturales**
Es una construcción	Pertenencia a un colectivo	La particularidad de las mujeres	Reproducción social
Marcos sociales	Valores, normas, reglas	Influencia del colectivo en el individuo	Flujos de sentidos sociales
Es una manifestación relacional	Opone grupos Refleja jerarquías Determina la posición del agente y orienta sus representaciones y elecciones	La comparación y diferenciación entre sujetos «Visiones diferentes»	El yo en relación a los otros Reconocimiento del yo ante otros Producción de subjetividades
Es relativa y evoluciona	Dinámica	Cambios y continuidades	Variaciones

Fuente: Elaboración propia con datos de campo y a partir de Cuche 1999; Grimson y Caggiano 2010; y Portocarrero y Vich 2010.

Sobre San Bartolo Teontepec, Puebla

San Bartolo Teontepec es una junta auxiliar perteneciente al municipio de Tepanco de López, se ubica en el sureste del estado de Puebla. Según el *Censo de Población y Vivienda 2010* del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la localidad cuenta con 5,593 habitantes, siendo 2,632 hombres y 2,961 mujeres, divididos en 1,336 hogares (INEGI 2010), que pueden ser identificados por una forma de vida, expresa en transiciones que evidencian la pluralidad de sus actores, miembros de familias rurales. Esto se pronuncia en el paisaje, los discursos, las prácticas y relaciones sociales entre la diversidad de actores de Teontepec.

El paisaje adquiere un carácter híbrido, al reflejar la confluencia de casas "lujosas" de concreto, construidas a partir de la inmersión de los hombres padres de

familia en la migración por largos periodos (más de 10 años continuos de estadía), que cuentan con cocinas de carrizo[4] mantenidas desde antaño, al caracterizarlas como "frescas" en comparación con otras edificaciones. Al mismo tiempo se observan casas de diferentes materiales (carrizo, tabique y adobe) con espacios multifuncionales y solares amplios en los que se pueden encontrar huertos de traspatio y corrales para el ganado caprino y avícola a emplear en la alimentación familiar. En ambos casos, resaltan las cocinas como lugares de socialización de prácticas domésticas a las niñas y de sociabilidad para los integrantes de las familias extensas.

Los terrenos agrícolas se intercalan con las viviendas, reflejan una de las principales acciones económicas de Teontepec. Actualmente la agricultura ha tendido a la incorporación de cultivos comerciales (jitomate y sorgo) o tomado diferentes formas (temporal, riego y por contrato) para soportar al consumo familiar y del ganado caprino; así como adaptarla a contextos adversos, caracterizadas por los bajos precios de venta de los cultivos básicos; acceso diferenciado al agua y la escasez de mano de obra. Se destaca a los invernaderos, de los que participan aquellos que también se autorreconocen campesinos, cuyas edades son menores a los 40 años, esta modalidad se identifica por la participación de ingenieros que brindan asesorías a cambio de un pago y de instancias gubernamentales que les otorgan insumos y material para su construcción.

Además existen naves de metal donde se hallan maquilas, fuentes de trabajo asalariado para jóvenes y mujeres por medios turnos, al permitirles a ellos la asistencia a la escuela y a ellas el cuidado de su descendencia. Con eso las mujeres conservan los valores de la "responsabilidad": si salen a trabajar es para obtener ingresos para el sustento familiar. Las granjas avícolas en las inmediaciones de Teontepec emplean a varones maduros y a quienes están alcanzando la vejez. A ellos, se les ve transitar en sus bicicletas de ida y vuelta a sus domicilios. Actualmente, para el ingreso laboral se les solicitan requisitos de escolaridad secundaria que no siempre tienen.

A lo que se suma un ambiente árido del cual los adultos mayores, principalmente mujeres, toman palma, flora que se tiñe, deja secar y teje para elaborar productos como tenates, chatanates, mixteco y cruzado,[5] todos los que, en conjunto, se denominan localmente como jarcia. Es una actividad que enfrenta el abandono de los más jóvenes (quienes prefieren incursionar en otras actividades económicas) y la regulación de la extracción de flora, al ser la comunidad parte de la Reserva de la Biosfera Tehuacán-Cuicatlán.

Qué decir del "monte" (cerro), útil al pastoreo de ganado, abundante en la zona, realizado por familias o niños a los que se les ve pasar por las calles, para su posterior matanza y la preparación de barbacoa destinada a las celebraciones. Las instituciones de oferta local educativa (hasta el nivel medio superior) conllevan jerarquías y distancias sociales entre jóvenes y adultos mayores, debidas a que los primeros han accedido al bachillerato y la universidad en comparación con los adultos mayores, quienes sólo asistieron unos años, derivando en actividades diferentes (unos la agricultura, los otros los servicios), que son valoradas en

[4] Vegetación de la región, de forma alargada y delgada.
[5] Son contenedores para almacenar las tortillas y reciben sus nombres a partir de su tamaño y técnica de tejido.

contraposición a partir del posicionamiento de los sujetos. Pero, irónicamente, estos profesionales estudian carreras vinculadas a Teontepec: Derecho Agrario, importante para mantención de la propiedad ejidal; Administración y Contabilidad, al ligarse a actividades secundarias como las maquilas y granjas avícolas.

En consecuencia el paisaje se convierte en expresión de las modificaciones de las prácticas económicas de los sujetos y sus relaciones, al pasar de la agricultura a aquellas de tipo industrial y de servicios.

Los discursos de los sujetos son un medio de expresión de la modernización y de sus perspectivas sobre ésta. Según datos de campo, el "antes" (el tiempo pasado) se define por la escasez: únicamente se obtenían los recursos (monetarios y en especie) necesarios para la subsistencia. Se mantenía un lazo más directo con el medio ambiente, al conocer diferentes especies animales y vegetales para la alimentación y cuidado de la salud, tales como los alaches,[6] la víbora de cascabel o el venado.

En comparación con el "ahora": lo que se adquiere es descrito por "gustos", no necesariamente obedecen a sus necesidades básicas; las prácticas manuales (domésticas y agrícolas) que implicaban inversión de fuerza física y habilidades cuando se molía en el metate o sembraba, se han reducido por la incorporación de electrodomésticos y maquinaria (tractores y sus implementos).

La contemporaneidad es representada por "ya ha mejorado un poquito". Se han ampliado los consumos alimenticios: aquellos de tipo "tradicional" se complementan con comida rápida (pollo rostizado, estilo *kentucky o berbecue*), eficientando los tiempos de las amas de casa, empero son calificadas despectivamente por otros (adultos mayores), al no realizarlas ellas mismas; la presencia de servicios en la vivienda, verbigracia la electricidad, ha influido en el aumento de las acciones en los horarios nocturnos y el uso de aparatos como la TV.

Los discursos en torno a las condiciones actuales y de antaño de Teontepec son representadas diferenciadamente, se expresan en el hacer de los sujetos y en el modo de ver a otros desde del papel que se les otorgó.

Se propone que Teontepec es una comunidad que ha enfrentado diferentes procesos de modernización que configuran cambios y continuidades sociales, que han dado paso a disposiciones diversas y contrastantes con su pasado. Al igual que, en estos procesos sociales y económicos, se ha hecho más evidente la diversidad de los actores. Ello deriva en la presencia de campesinos, migrantes, adultos mayores, mujeres, jóvenes y niños que pueden ser parte del mismo grupo familiar. Cada uno con especificidades en sus prácticas, experiencias de vida y relaciones sociales. Por lo cual, cada uno comporta una identidad diferenciada. A continuación se abunda en las mujeres.

Primer referente de identidad: las interacciones directas como socialización

Las mujeres son actores que conjuntan múltiples interrelaciones, entre las que se encuentran las de tipo directo, es decir, de mujeres que "enseñan" a otras a "ser mujeres" y que aquí se denomina socialización. Dándose entre madre e hija o bien

[6] Tipo de malva que se prepara en caldo.

con alguna otra que tenga cercanía social o de parentesco con las mujeres niñas y jóvenes (madrastra, tía, abuela o hermana mayor).

Lo anterior, denota lo que Aguado y Portal llaman, una *autoridad pedagógica*, la cual es una "[…] autoridad cultural, que funge como elemento básico de reproducción del orden cultural, y por la acción, pedagógica, referente al acto de interpelar al sujeto para que se conduzca de tal o cual manera […]" (Aguado y Portal 1991, 36) (el subrayado es de los autores). Ejemplo de ello es el siguiente testimonio:

> Cuando crecí como esta niña [señala a su nieta…] me enseñó mi abuelita [cómo llevar a cabo las labores domésticas], nomás ésa conocí […] mi mamá no conocí, sólo a mi papá […mi hermana y yo] quedamos chiquitas y huérfanas ¡pues órales! […su papá] luego buscó su compañera, ésa nos bañaba, nos peinaba, lavaba nuestra ropita […] estábamos muy inservibles […] ésa nos enseñó al quehacer […].[7]

La incorporación comienza desde la infancia y se puede extender a etapas de vida posteriores, se basa en un sistema de posicionamientos al interior del grupo donde la *autoridad pedagógica* constituye sujetos con cierta autoridad. Se destaca la mención de las mujeres: "[…] no sabíamos, pero ahí aprendimos […] un poco, a veces mi mamá, mi niño tiene esto, ¿qué le dan?, dale esto. Ahí fui aprendiendo, igual que cosa […Mi suegra] igual, ella sabía curar de golpe, les daba su cerradita […]".[8]

Las prácticas y valores que fueron adquiridos por esta autoridad pedagógica cuando la mujer fue "aprendiz" son transmitidos a las más jóvenes. La socialización implica el paso de un rol a otro, cuya transición se basa en la experiencia que poseen las mujeres y su mayor edad con relación al sujeto a incorporar. Dado este rol son figuras con determinada jerarquía que les permite "regañar" y "llamar la atención" cuando los más jóvenes no realizan las tareas que les son asignadas. Es decir, cuando esa identidad que poseen las mujeres se torna como alternativa, a través de la desobediencia, se ponen en marcha medidas para su normalización.

En este sentido, la generación de identidad tiene que ver con la transmisión de normas y comportamientos, considerados propios para determinado actor, su género y cesión de una generación a otra. Por eso, muchas veces, las prácticas se naturalizan e incluso llegan a ser aceptadas sin aparente cuestión, al respecto mencionan las mujeres de Teontepec "así es la vida de uno".

Aquello que se socializa tiene que ver con prácticas como los quehaceres (la molienda, la preparación de alimentos, aseo y lavado de la ropa) para que cumplan ciertas características: "tortilla bonita", "sazón", "limpio todos los días", "sin manchas" y "listo antes de que lleguen a comer [los miembros de su familia]".

Por tanto, las mujeres tienen una ubicación física y social relacionada con los espacios domésticos; se les avizora para tener un marido e hijos, para lo cual en un tiempo presente están siendo socializadas; deben "darse a respetar" (la interacción con hombres consiste en un trato cortés) y "ser seria" ("no enseñar el diente"), pues la sonrisa podría ser interpretada como coqueteo y a la larga ser adjetivadas despectivamente en la comunidad.

[7] Mujer adulta A, testimonio obtenido en diciembre 2014.
[8] Mujer adulta B, testimonio obtenido el 8 de agosto 2015.

Por otro lado, las acciones que se salen de la norma: la "desobediencia", robo, ser "locas" (tener diferentes parejas sin que exista algún lazo social que las legitime o el cambio frecuente de cónyuge), "peleoneras" o "engañar" a su esposo (ser infiel) son reprendidas con el chisme, en muchas ocasiones, generado por las propias mujeres; o los golpes de esa *autoridad pedagógica* o alguna figura masculina (su padre o marido).

A la vez que sirven para la alineación y mantenimiento de otras en las normas y valores locales. A las mujeres se les otorgan atributos, detonantes de autorreconocimiento según sus singularidades y diferencias con otros actores. Sin embargo, también dan indicios de su variabilidad, aunque tiene mayor peso aquello que determina a las mujeres, las situaciones fuera de lo establecido reflejan la dinamicidad de las identidades.

Por otro lado, la relación con los otros constituye un factor de identidad: "una mujer es lo que no es un hombre" (un argumento similar al de Giménez 2000, 35-59). Se hace explícito el vínculo entre nosotros-mujeres y otros-hombres que se establece en la divergencia ya que, a ellos se les permiten ciertos comportamientos considerados "disidencias" para las mujeres.

Entre lo concedido a los hombres se encuentra el tener múltiples parejas; se les liga con actividades que implican esfuerzo físico (cargar objetos en las granjas avícolas) y se les dota de cierta autoridad, considerada "superior" con respecto a las mujeres. Muestra de lo último es cuando se "pide permiso", es decir, ella solicita el consentimiento del jefe de familia o esposo para realizar alguna actividad, generalmente, fuera del hogar. Expresado en términos de las mujeres, como "ganarle la voluntad" si es que es aprobado.

De todo esto se desprende que, la identidad de las mujeres rurales se genera mediante procesos de socialización, derivados de la relación entre iguales, es decir, de mujer a mujer. No sólo se trata de destacar lo similar sino las diferencias, principalmente, con los hombres. La identidad implica una mirada desde un posicionamiento específico otorgado por la colectividad y al ser parte de ella.

Por lo tanto, los entramados sociales expresados en las relaciones entre "iguales y diferentes" confieren a los sujetos lugares en la estructura social, desde los cuales se generan puntos de vista según la posición ocupada. La última es de importancia al intervenir en las acciones y relaciones de las mujeres y desde las cuales se pueden generar alternativas de interacción entre mujeres y con otros actores. Del mismo modo, la ubicación social de las mujeres influye en su constitución propia y otorgada, incidiendo en los consumos culturales que realizan.

Segundo referente de identidad: interacciones indirectas en el consumo cultural de telenovelas

En la interacción indirecta existen mediadores como los objetos: el consumo de telenovelas. Se propone que los espacios donde se ubica la televisión son físicos y sociales.

De los espacios físicos, se observó que las mujeres miembros de familias extensas se reúnen durante la noche, al verse disminuidas sus actividades laborales y domésticas, argumentando "vamos a ver la novela", posicionándose en determinada habitación de sus viviendas. Ésta es un espacio multifuncional: igual

que es usado como dormitorio o cocina, se emplea para el consumo de contenidos televisivos.

Las mujeres se sientan sobre la cama, para tener acceso visual a la TV o bien toman sillas, formando un semicírculo alrededor del aparato y colocándolas una sobre otra al terminar la telenovela, para ir a sus viviendas o habitaciones. El espacio se ve apropiado, es decir, modificado por las acciones de los sujetos.

Señalando que "cada cultura y dentro de ella cada grupo social que la conforma, tiene una forma para ordenar sus prácticas en espacios y con ritmos particulares, y de darles significados" (Aguado y Portal 1991, 37). Esto se expresa en el espacio social o relacional, para el caso que nos ocupa, bajo dos modos: sujeto-sujeto en relación con un objeto y sujeto-objeto-contenidos.

a) Relación sujeto-sujeto en torno a un objeto

Un "mediador" de las interacciones es la TV, de la observación de sus contenidos, las mujeres se reúnen y refuerzan sus relaciones sociales. El consumo cultural se convierte en el contexto donde se llevan a cabo determinadas prácticas ("ver"), en tiempos y espacios concretos.

La singularidad de la relación sujeto-sujeto en torno a un objeto es la permanencia frente al objeto como "pretexto" para el desarrollo de interacciones sociales entre mujeres. En este sentido, los lazos y comunicación están presentes a través de la TV.

Lo previo se ilustra al entablar conversaciones frente a la TV, manifiestas en intervalos variados y discontinuos según la programación. Por ello, la charla sobre acontecimientos y sujetos de la comunidad, disminuye en el periodo de consumo de programas y aumenta al momento de los comerciales.

Con lo que las mujeres saben lo que está pasando en la TV, aunque el eje de su práctica sea la referencia expresa de lo que es una mujer; de la evaluación que hacen según lo socializado; y de sus interacciones previas directas. Enfatizando que la identidad de las mujeres, derivada de su situación relacional, se vincula directamente y de ida y vuelta con el consumo cultural.

La plática tiene que ver con "echar chisme", consistente en la conversación sobre otras mujeres de Teontepec, de la edad que sea; sobre las cuales se expresan una serie de valoraciones para calificar su comportamiento como "adecuado" o no a su constitución como mujeres. Por lo que no hay una relación directa entre mujeres de otros grupos, pero la conversación al respecto de ellas es lo que media la interacción, conjugando dos elementos aparentemente diferentes en un periodo.

Además de que incluye el "relajo", consistente en bromas, risas y anécdotas basadas en su día a día. En este sentido, hay cabida para mostrar a las mujeres rurales de Teontepec, desde uno de sus recovecos, que no necesariamente les fue socializado. El tiempo de consumo cultural de telenovelas es corto (aproximadamente una hora de trasmisión de capítulo), mas refleja la condensación de las interacciones directas, el consumo cultural como contexto y la apropiación del tiempo de sujetos como las mujeres para la relación con otras y el ocio.

Cabe mencionar que el consumo cultural de telenovelas se convierte en un tiempo de tipo colectivo, que se desenvuelve de las relaciones y negociaciones con los grupos familiares de pertenencia de las mujeres, sean estos hijos, cónyuges u otras mujeres con las que comparten algún tipo de lazo social.

Al que se le suman lo cultural que las ubica en un "ser para otros" y que se expresa en los roles sociales que han adquirido (hijas, esposas y madres). Siendo la constante, la caracterización de estos momentos por su feminización, porque las mujeres son los principales sujetos que se reúnen a ver las novelas, apropiándose de este momento y de los espacios domésticos de un modo diferente.

De ahí que las prácticas de las mujeres, otorgadas y apropiadas, son elementos de identidad que se ubican espaciotemporalmente en un contexto social y las relaciona con el colectivo, lo cual les brinda particularidad: "La construcción de identidad corresponde a un proceso intersubjetivo de reconocimiento mutuo. En tal proceso se construye la conciencia de "nosotros" y, conjuntamente, la identificación de 'los otros'" (Valenzuela citado en Oistra 2012, 39).

Se puede decir que, la identidad de las mujeres de Teontepec posee una cara de la identidad social (obligaciones y responsabilidades) que se viven de acuerdo con lo socializado y que plantea a la mujer en el hacer constante y la práctica doméstica. A la par de mostrar a esta identidad social como dinámica: hay cabida para la identificación de las mujeres con tiempos y espacios determinados para el consumo, los que constituyen alternativas para el ocio y la socialización.

Así, el *dónde* destaca los lugares domésticos, mientras el *cuánto/do* se ve reducido al de las telenovelas. Estos dos puntos les otorgan especificidad a las mujeres al ser relacionados directamente con ellas. Lo que se manifiesta en la relación sujeto-sujeto en torno a un objeto como contexto para la relación directa entre mujeres, a la par que la indirecta con otras mediante la charla sobre ellas. Hay otros casos donde los contenidos son privilegiados.

b) Relación sujeto-objeto-contenido

Las telenovelas son parte de los contenidos vertidos en la TV, de esta manera comunican tipos y modelos de vida. Para ello, las telenovelas utilizan un lenguaje que mezcla lo visual y lo sonoro para anunciar historias. Éstas dicotomizan valores como el bien y el mal; y condiciones sociales (la riqueza y pobreza), donde uno de los principios (el bien) sobresale y "triunfa" al final del melodrama.

Con base en estas historias se transmiten modelos de valores (abnegación y virginidad) y de corporalidad física que, por lo general, se conjugan en un personaje: la protagonista, vista como "la buena" y que posee belleza física, convirtiendo esto en prototipos del "ser mujer", que se novelizan para ser transmitidos.

Las imágenes presentadas llevan a establecer confrontaciones entre la vida de las mujeres de Teontepec y la de las protagonistas de las telenovelas: "[…] las comparaciones interindividuales y el número de modelos de conductas potenciales a los que todo individuo está expuesto en nuestros días […] representan escenarios posibles para establecer comparaciones, referencias sociales o modelos a mirar" (Páramo 2004, 106).

La comparación yo-mujer de Teontepec con otra-protagonista identifica a las primeras con determinada condición social que se contrapone al estilo de la vida de los protagonistas de la historia. De ahí que estos contrastes de grandes mansiones con respecto a sus viviendas, inevitablemente derivan en una autodefinición a partir de lo que no se posee y de la consideración de que "somos pobres". En este sentido, las telenovelas reflejan modelos de valores y condiciones de vida antitéticos.

Para evidenciar la carencia, una de las tipologías que resaltan las mujeres sobre su vida, es ejemplificada en que, pese a que pueden acceder a algunos de los objetos mencionados, se sabe que no son "último modelo" o que "se viste sencillamente", lo que implica no usar marcas internacionales, ni maquillaje, ni tacones altos, ni uñas postizas, ni joyería. Se describen a sí mismas en el hacer doméstico constante, cuidado del ganado, asistencia a la escuela o trabajo asalariado, para lo cual no requieren estos accesorios e incluso su uso dificultaría sus prácticas, pues "tantito, ya se cayó la uña".

Otro modelo es apreciable en la idea de la virginidad, la cual también es destacada en la comunidad abordada, como signo de "una buena mujer", que "se ha librado de cometer el error" si es que aún no ha contraído matrimonio. En las novelas hay temáticas al respecto de la pérdida de virginidad, éstas son usadas como ejemplos para reforzar lo que no se debe hacer, lo que refiere un consumo local como apropiación selectiva. Se concuerda con que:

> A pesar de los cambios (en la sociedad), la mujer sigue representándose bajo los mismos tópicos y estereotipos, asociados, a menudo, al mundo de las emociones, la pasividad, la maternidad y la sexualidad, en entornos privados o íntimos como el hogar; mientras al hombre se le siguen otorgando, de un modo generalizado, atributos como el raciocinio, el liderazgo y la acción, apareciendo normalmente en espacios públicos (Galán Fajardo citada por Romero y Bergero 2016, 3).

Igualmente, hay paridad con las protagonistas, resaltando los pesares de sus vidas que, al final, las llevan al ascenso social y a casarse con el protagonista.[9] Las mujeres de Teontepec lo relacionan con su historia de vida: para ellas, ha sido de "sufrir mucho" debido a las vicisitudes que enfrentan ante su situación económica adversa o bien porque en su historia de vida no siempre se presenta este final feliz.

En una plática, se mencionó que "[…] así con las señoras cuando son malas, no conoce hija es bien desconsiderada […]",[10] al recordar las telenovelas donde la suegra de la protagonista es la villana de la historia, que ellas ubican en su vida y que genera cierta correspondencia con las novelas.

En este tenor, las mujeres rurales resaltan a los personajes que tienen etapas de vida, prácticas, relaciones y vivencias similares a las suyas:

> También a veces esa, sino la otra [novela…] el que salen los animales del campo, ¿cómo se llama? Esa hasta las ocho de la noche, esas horas veo tele, […] es amores trampa […] de los animalitos, hasta mi nieta le gusta […] ta´ muy bonita esa novela, sale un señor ya grande que te habla de todo, es una familia de campo […] pero como hora es sábado, mañana no hay novelas, ni me dan ganas de prender la tela, mejor está allá apagada, mejor me apuro a hacer mi quehacer y ya […] ya va a dar fin […] son dos telenovelas las que ya van a acabar […]. [11]

[9] Que es signo de valores como la caballerosidad y asediado por otros personajes mujeres. Pero que a pesar de ello, mantiene una conducta "intachable".
[10] Mujer mayor C, testimonio obtenido el 5 de octubre 2015.
[11] Mujer mayor D, testimonio obtenido el 26 de septiembre 2015.

En el testimonio presentado, la historia no gira en torno a la relación entre el abuelo y el nieto, esta mujer la destacó al recordarle su condición de abuela, al encargarse del cuidado de su nieta. Reiterando, el vínculo entre la interacción sujeto-objeto-contenido con la interacción sujeto-sujeto, y como desde ésta última se interpreta y apropia lo que se ve.

Si bien muchas mujeres se integran a ver las telenovelas, el consumo no es aceptado por todas.[12] Las reseñas que se tienen al respecto versan, mayormente, sobre aspectos negativos, entre los que se encuentran aquellos que tienen que ver con los contenidos y lo que se considera su influencia en el hacer de los sujetos de Teontepec:

> Novelas es puro pleito, aquí están platicando bien, al ratito se están mordiendo [...] se están peleando [...] puras loqueras [...] No más tantito ve uno las visiones, no me gustaba la telenovela [...] ese es para ir por el mal camino [...] son cosa que no importan, en lugar de que nos den un buen ejemplo [...] no ves que están en matrimonio se descompone casi, viene descomponiendo matrimonios, en vez de dar un buen ejemplo, dan mal ejemplo, a nosotros. No nos caen esas cosas [...] en vez que ponen un buen ejemplo, ponen mal camino [...] pero ¡Hora los matrimonios como vienen haciendo! ¡Cómo se van desarrollando! ¡Horita uno, al rato el otro! [...] Las mujeres ven esas cosas, comienzan ¡vaya! [...] no es un ejemplo bueno ¡más que la verdad! Nosotros, no nos convienen porque cuando nosotros nos criamos no había esas visiones [...] hora que tal se vienen esas cosas [...] ¡Esa es pura descomposición de la muchachada! Hay hombres grandes como yo que engañan a las muchachas [...] ya viene cambiando, ya se vienen modernizando muchas cosas [...] de ahí viene, por las novelas esas [...]. [13]

Se plantea la influencia de las telenovelas y de sus contenidos en el apartamiento de los cónyuges al ir contra esos principios localizados en la comunidad y que se relacionan con la idea de "hasta que la muerte los separe". De esta discordancia con la forma de vida se generan interrelaciones diferentes, resaltando a las mujeres como aquellas que, mayormente, "imitan" los comportamientos de los personajes de éstas. De ahí que, se explique el que algunas de ellas tienen diferentes parejas a lo largo de su vida, calificándolo de "¡descomposición de la muchachada!" o "¡puras visiones!", al ser considerados comportamientos fuera de la norma establecida por las generaciones precedentes a los sujetos y por la influencia de la televisión.

Aunado a esto, en muchos casos las mujeres refieren a las telenovelas como "taranovelas", lo que lleva a que coincidan con la caracterización negativa que hacen los adultos mayores. Apelativo debido a que las mujeres tienen la posibilidad de pausar sus actividades para permanecer frente al televisor y consumir sus contenidos, posicionándolas contrariamente al hacer constante y para otros,

[12] Principalmente de aquellas que se consideran mayores, cuyos intervalos de edad van de los 80 años en adelante.
[13] Mujer adulta E, testimonio obtenido el 29 de agosto 2015.

haciendo de la edad un referente para el consumo diferenciado, donde los de menor edad parecen más flexibles para acceder al consumo.

Las mujeres que gustan de ver telenovelas argumentan que ese tipo de prácticas dependen de cada una: "no todas somos iguales". Hay quienes, a pesar de verlas frecuentemente, mantienen un comportamiento acorde con lo socialmente aceptado. Lo anterior, atañe a la identidad, al generar identificaciones de la similitud y diferencia con los personajes. Así, "no se trata, por tanto, de una identificación meramente admirativa, sino analítica y reflexiva" (Peña-Marín 2002, 78). La identidad de las mujeres se constituye del reforzamiento de lo socializado a nivel local. Además del análisis reflexivo que selecciona los contenidos a resaltar.

A partir de las interacciones indirectas expresas a la manera de consumo, se explican identidades alternativas en las mujeres, aunque prima la interpretación desde lo local para incorporar a las mujeres, permite dar cuenta de la existencia de las identidades de las mujeres rurales, para el caso, de "una mujer mala", que no es la que corresponde a los valores locales, se caracteriza por el cambio a lo establecido a partir de sus acciones y relaciones valoradas comparativamente con los contenidos y su hacer.

Lo que refiere esos procesos de continuidad y cambio en la constitución de las mujeres, expresos en lo que tiene que ser y hacer una mujer, pero también de cómo esto ha variado de generación en generación, evidente en la valoración de los contenidos consumidos a partir de que unas son más jóvenes que otras; de esos puntos de vista de encuentro y diferencia; que en conjunto remiten a la identidad como dinámica.

Para cerrar: identidades dinámicas

Hay "tres funciones básicas de la identidad: la función locativa, la selectiva y la integradora" (Giménez 1995, 42). Para el caso de las mujeres de Teontepec, la función locativa se expresa en el posicionamiento de ellas con respecto a distintos actores y personajes de TV que las ubican a partir de lo que comparten y las diferencia, lo cual les otorga un lugar en relación a otros y les imprime determinadas normas, valores y modelos de la práctica para otros y la integración de otras mujeres y el discurso sobre lo aceptado y no aceptado.

De ello, se desprende la función selectiva: esas normas y valores, que se consideran propios de las mujeres, orientan sus conductas y haceres que se consideran propios de las mujeres y que regulan su comportamiento a partir de lo permitido y no para ellas. La interiorización de éstos no sería posible si no pertenecieran a un grupo social, del cual "aprenden" esos principios, derivados del antaño y que conjugan el pasado y presente. De ahí que, se evidencie una función integrativa al ser parte de un colectivo.

La identidad se construye de marcos "estructurales" (valores, normas, hacer y modelos) que son socializados a los sujetos según la posición que ocupen en el colectivo y que inciden en que cada uno (con base en su sexo) detente cierta forma de autoconstituirse:

> [...] la pertenencia social es uno de los criterios básicos de "distinguibilidad" de las personas: en el sentido de que a través de ella los individuos internalizan en forma idiosincrática e individualizada

> las representaciones sociales propias de sus grupos de pertenencia o de referencia. Esta afirmación nos permitirá [...] comprender mejor la relación dialéctica entre identidades individuales e identidades colectivas (Giménez 2000, 54).

Las identidades de las mujeres rurales como un tipo de identidad social, adquiere tintes de diversidad, coexistentes y en interrelación al momento de la constitución e identificación de las mujeres. Esto se ve reflejado en las categorizaciones para detallarlas y demostrar cómo son vistas, nombradas y clasificadas por el conjunto. La identidad se explícita en las interacciones entre sujetos, pero también de éstos con los objetos tecnológicos, tal es el caso de la TV.

Por tanto, los cambios en el contexto influyen en la identidad, es decir, median entre el adentro y el afuera. La identidad es generada en las relaciones que entablan las mujeres, a la vez que éstas las modifican. Ello se expresa en prácticas como el ver TV en tiempos y espacios específicos, en los que, transmiten modelos "de fuera", no se deben separar del conjunto social, a partir de éste, se interpretan sus contenidos: la TV es influyente e influenciada por estos marcos sociales.

Se puede decir que ambas formas de interacción (directa o indirecta) tienen como ejes, además de la transmisión de modelos, la comparación entre el yo-sujeto mujer y el otro (hombre o personajes de telenovela) que las hace definirse de sus condiciones sociales inmediatas. La socialización (interacción directa) influye en la condición de llevar a cabo ciertas cosas en ciertos lugares, mientras que, las prácticas de consumo cultural pueden convertirse en factor de socialización al reflejar modelos y valores de comportamiento (la abnegación y el sufrimiento).

Las relaciones sociales imprimen particularidad a la identidad y si éstas cambian, la identidad sufrirá modificaciones. Por ello, algunos de los roles de las mujeres se han transformado y otros permanecen, es decir, se presentan cambios y continuidades en la identidad pues, se mantienen los de tipo cultural y se realizan prácticas sociales que contrastan generacionalmente. Lo anterior refiere a las interacciones en mecanismos dinámicos ya que, no se viven ni se experimentan idénticamente a lo largo del tiempo e incluso varían en la misma temporalidad. En este sentido, son importantes los procesos de cambio social: las identidades se modifican mediante la flexibilización de relaciones sociales y las prácticas alternativas.

Resaltando el caso presentado aquí: de las diferentes posturas sobre el consumo cultural, tanto a favor como en contra, se generan accesos a esos tiempos de ocio, caracterizados por la charla y el "chisme"; se valora lo que se ve a partir de nociones culturales transmitidas generacionalmente; se feminizan los espacios y se expresan relaciones entre iguales y diferentes; siendo singulares a un sujeto: las mujeres rurales.

En este caso, se trata de una identidad que se configura de un modelo híbrido de lo que se espera de ellas, más la variación de los medios para obtenerlo. Se puede decir que, las identidades enfrentan procesos de cambio y continuidad: a la vez que se mantienen elementos de tipo cultural, se realizan prácticas sociales y culturales que contrastan generacionalmente, y que se encuentran en interrelación con los contextos donde se desenvuelve su historia de vida.

En resumen, la identidad de las mujeres rurales se caracteriza por retomar sus bases desde la interacción directa e indirecta. Son esos referentes que: a) las

constituyen a partir de la transmisión de referencias y reglas, que pueden expresarse de forma mixta entre los vínculos cara a cara y los mediados; las cuales establecen una posición con respecto a los contenidos como máxima expresión de las relaciones indirectas; a la vez que b) son constituidas, las identidades enfrentan señas de variabilidad, de cambio a la par de continuidades a partir de los consumos, las acciones llevadas a cabo, las relaciones con otras y las disidencias.

Bibliografía

AGUADO, José C. y María A. Portal. 1991. "Tiempo, espacio e identidad social". En *Alteridades*, no. 2: 3-41.

CUCHE, Denys. 1999. *La noción de cultura en ciencias sociales*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

DONCEL DE LA COLINA, Juan A. y Oscar Mario Miranda Villanueva. 2017. "Percepción y consumo de telenovelas e identidad étnica de universitarios y universitarias indígenas: el caso de *Un refugio para el amor*". En *Comunicación y Sociedad*, no. 30: 265-285.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. 1995. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

GIMÉNEZ, Gilberto. 1995. "Modernización, Cultura e Identidad social". En *Espiral*, no. 2: 35-55.

GIMÉNEZ, Gilberto. 2000. "Materiales para una teoría de las identidades". En *Decadencia y auge de las identidades,* coordinado por José Manuel Valenzuela Arce, 45-78. México: Colegio de la Frontera Norte/Plaza y Valdés.

GIMÉNEZ, Gilberto. 2016. *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Guadalajara: Secretaría de Cultura.

GRIMSON, Alejandro y Sergio Caggiano. 2010. "Respuestas a un cuestionario: posiciones y situaciones". En *En torno a los estudios culturales. Localidades, trayectorias y disputas*, editado por Nelly Richard, 17-30. Santiago de Chile: ARCIS-CLACSO.

IBARRA MELO, María E. 2007. "Transformaciones y fracturas identitarias de las mujeres en la acción colectiva por la paz". En *La manzana de la discordia, no*. 2 (4): 73-84.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2010. *Censo de Población y Vivienda*, ITER, México. http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/iter2010.aspx

LACALLE, Charo y Deborah Castro. 2018. "Fandom televisivo y construcción de identidad. Análisis de los comentarios de las fans españolas y los community managers". En *Revista Latina de Comunicación Social*, no. 73: 1-18. http://www.revistalatinacs.org/073paper/1242/01es.html

MOEBUS RETONDAR, Anderson. 2008. "A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como 'contexto social' de produção de Subjetividades". En *Sociedade e Estado*, no. 23(1): 137-160. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339930892006

OSTRIA REINOSO, Olga. 2012. "Otra vuelta a la identidad latinoamericana en los estudios literarios y culturales". En *Revista Atenea,* no. 506: 29-42.

PÁRAMO, Teresa. 2004. "Identidad social, televisión y cultura". En *Polis*, no. 4: 79-100.

PEÑA-MARÍN, Cristina. 2002. “Ficción televisiva y pensamiento narrativo (cultura televisiva y procesos de identificación)”. En *Televisión y cotidianidad*, coordinado por Gérard Imbert, 67-83. Madrid: Instituto de Cultura y Tecnología Miguel de Unamuno/Universidad Carlos III.

PORTOCARRERO, Gonzalo y Víctor Vich. 2010. “Respuestas a un cuestionario: posiciones y situaciones”. En *En torno a los estudios culturales. Localidades, trayectorias y disputas*, editado por Nelly Richard, 31-37. Santiago de Chile: ARCIS/ CLACSO.

ROMERO, Jessica e Iris A. Bergero. 2016. “Representaciones femeninas en la telenovela argentina contemporánea (informe técnico)”. En *ICT-UNPA*, no. 137: 31-51.

SARDAR, Ziauddin y Borin Van Loon, (2011). *Estudios culturales*. Barcelona: Paidós.